

CONJONCTURE VIN ET CIDRE



Octobre 2025

Volumes et prix des ventes de vins en vrac :
cumul à 52 semaines 2024/25¹

2024/25	Volumes cumulés ² (en milliers d'hl)					
	Rouges		Rosés		Blancs	
Total VDF³	895,16	+28%	581,78	+12%	918,88	+1%
dont VDF cépages	365,39	+14%	85,63	-22%	493,40	+6%
Total IGP	2043,39	+2%	2248,09	+4%	1665,03	+5%
dont IGP cépages	1694,34	+3%	1138,87	+6%	1468,79	+6%
AOP	↗		↗		↘	

2024/25	Prix moyens cumulés ² (en €/hl)					
	Rouges		Rosés		Blancs	
Total VDF³	69,70	-10%	70,81	+2%	91,91	-3%
dont VDF cépages	81,86	-13%	74,21	-1%	100,51	0%
Total IGP	90,03	-1%	86,05	0%	110,08	0%
dont IGP cépages	92,13	-1%	86,99	0%	111,91	0%
AOP	↗		↘		↗	

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

1. Évolutions par rapport à 52 semaines de campagne 2024/25 pour les IGP et les VSIG et à 12 mois de campagne 2024/25 pour les AOP par bassin (hors Provence).

2. Tous millésimes confondus

3. Vin De France (SIG)

Marchés à la production

Bilan des transactions en vrac à 52 semaines de campagne 2024/25, à juillet 2025

Le suivi de l'activité des marchés, via les données provenant des contrats d'achat vrac sur 52 semaines de la campagne 2024/25, montre une hausse globale des transactions par rapport à la campagne 2023/2024. Les données des Vins De France (SIG) et des vins IGP portent sur le cumul d'août 2024 à fin juillet 2025. Les données AOP par bassin concernent les déclarations mensuelles des différents bassins pour les douze mois de la campagne 2024/25.

Les transactions pour les Vins De France (SIG) affichent une hausse en volume conséquente, portée principalement par les rouges (+ 28 %) et les rosés (+ 12 %). Les vins avec mention de cépages suivent la même tendance, excepté pour les VSIG rosés de cépages qui affichent une baisse de 22 %. Les cours des VDF diminuent, excepté pour les rosés qui augmentent légèrement (+ 2 %). Les prix des VSIG rouges et rosés de cépages sont dévalorisés, respectivement à - 13 % et - 1 %.

Les transactions globales de vins en vrac IGP sont en hausse. Cela est notamment dû à une augmentation des volumes des IGP de cépages. Concernant les cours des IGP, ils sont stables pour toutes les couleurs, excepté pour le rouge (-1 %). La baisse du cours des IGP rouges est portée en partie par les IGP rouges de cépages (-1 % également).

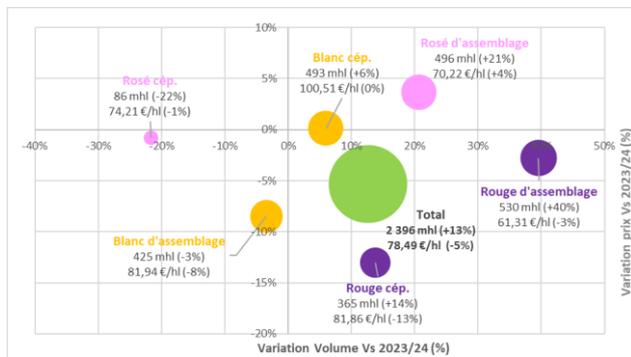
En ce qui concerne les transactions de vin AOP, les volumes des rouges et rosés sont en hausse. Tandis que les cours des vins AOP rouges et blancs augmentent.

Marché Vin De France (SIG) : cumul à 52 semaines de la campagne 2024/25

Sur les 52 premières semaines de la campagne 2024/25, le cumul des ventes en vrac du marché **Vin De France (SIG)** affiche une hausse des échanges en volume par rapport à la campagne 2023/24.

Sur l'ensemble de la campagne 2024/25, les échanges de VDF s'élèvent ainsi à 2 396 milliers d'hl, soit un niveau supérieur de 13 % par rapport à la campagne précédente.

Transactions vrac Vin De France (SIG) à 52 semaines de campagne 2024/25 (tous millésimes confondus)



Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

Avec un volume cumulé de 1 451 milliers d'hl, les ventes de VDF d'assemblage, qui représentent plus de 60 % du total, augmentent de 18 % par rapport au cumul de la campagne précédente à la même période. Cette hausse est portée par les volumes de vins rosés et rouges, en hausse respectivement de 21 % (496 milliers d'hl) et de 40 % (530 milliers d'hl). Les volumes des blancs diminuent de 3 % (425 milliers d'hl).

Avec un volume cumulé de 944 milliers d'hl, les ventes de Vin De France (SIG) mentionnant un cépage représentent un peu moins de 40 % des transactions et sont en hausse de 5 % par rapport à la campagne précédente. Cette augmentation des ventes touche les rouges et les blancs, à hauteur, respectivement, de 14 % (365 milliers d'hl) et de 6 % (493 milliers d'hl). Les transactions de VSIG rosés de cépages subissent une perte de 22 % en volume.

En ce qui concerne les cours des Vins De France (SIG) d'assemblage, tous millésimes confondus, ils sont en baisse par rapport à la même période

de la campagne précédente, et s'élèvent à 70,40 €/hl (- 5 % vs. 2023/24). Dans le détail, le prix moyen est en baisse de 8 % pour les blancs (81,94 €/hl) et de 3 % pour les vins rouges (61,31 €/hl) et augmente de 4 % pour les rosés (70,22 €/hl).

Concernant les Vins De France (SIG) avec mention de cépages, les prix affichent une perte de 4 % et s'établissent à 90,91 €/hl. Dans le détail, les rosés (74,21 €/hl) et les rouges (81,86 €/hl) sont dévalorisés, avec une baisse respective de 1 et 13 %. Les blancs (100,51 €/hl) sont stables.

Lorsque l'on compare le millésime 2023 dans la campagne 2023/24 et le millésime 2024 dans la campagne 2024/25, les volumes totaux de transaction du millésime 2024 sont en dessous de ceux du millésime 2023. Cette baisse est portée par tous les segments, excepté les vins les rosés d'assemblages qui sont en hausse. Les prix sont très légèrement au-dessus de ceux de la campagne précédente, excepté pour les vins rouges de cépages et les blancs d'assemblages.

Comparaison du millésime 2023 dans la campagne 2023/24 par rapport au millésime 2024 dans la campagne 2024/25

		Millesime 2023 - campagne 2023/24 Vs. Millesime 2024 - campagne 2024/25							
Volume en milliers d'hl à 52 s		MILLESIME 2023 CAMPAGNE 2023/24			MILLESIME 2024 CAMPAGNE 2024/25				
Prix moyen en €/hl		ROUGE	ROSE	BLANC	TOTAL	ROUGE	ROSE	BLANC	TOTAL
Vin de France (SIG)	Volume	490	386	822,99	1 699,83	415,72	416,02	705,52	1 537,26
	Prix moyen	80,63	74,97	95,72	86,65	81,11	77,32	95,48	86,68
TOTAL France	Volume	243,76	105,38	452,01	801,15	202,82	70,018	417,72	690,56
	Prix moyen	96,50	75,00	98,77	94,95	92,37	77,19	100,16	95,54
Vin de France (SIG) avec mention de cépage	Volume	247	281	371	898,68	212,90	346,00	287,80	846,70
	Prix moyen	64,96	74,96	92,00	79,25	70,38	77,35	88,69	79,45

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

Marché Vin à Indication Géographique Protégée (IGP) : cumul à 52 semaines de la campagne 2024/25

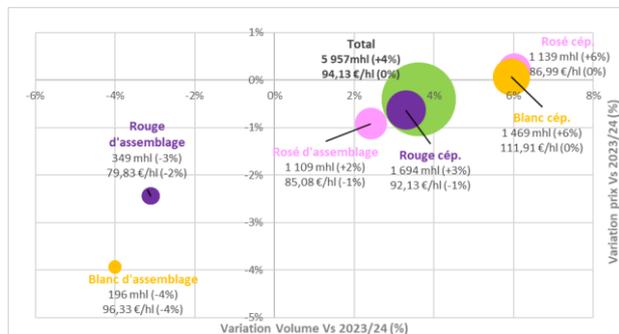
Sur le marché **des vins IGP**, l'activité est en croissance par rapport à la campagne précédente, avec 5,9 millions d'hl (+ 4 %).

La majorité des transactions (72 %) concerne les vins vendus avec mention de cépages, soit 4,3 millions d'hl (+ 5 % vs 2023/24). Ils sont répartis entre 1,7 millions d'hl de vins rouges (+ 3 %), 1,5 millions d'hl de vins blancs (+ 6 %) et 1,1 millions d'hl de vins rosés (+ 6 %).

Les ventes de vins IGP d'assemblages (28 % des transactions) sont stables par rapport à la

campagne précédente et enregistrent un cumul de 1,6 millions d'hl, dont 1,1 millions d'hl de rosés (+ 2 %), 349 milliers d'hl de rouges (- 3 %), et 196 milliers d'hl de blancs (- 4 %).

Transactions vrac vin IGP à 52 semaines de campagne 2024/25 (tous millésimes confondus)



Source : Contrats d'achat Interprofession - élaboration FranceAgriMer.

Les cours des vins IGP avec mention de cépages stagnent par rapport à la campagne antérieure avec 97,52 €/hl. Ils sont stables pour les vins blancs et rosés, avec des prix, respectifs de, 111,91 €/hl et 86,99 €/hl. Le prix des rouges diminue de 1% à hauteur de 92,13 €/hl.

Pour les vins IGP d'assemblages, les prix moyens (85,31 €/hl) des transactions diminuent (- 2 %) par rapport à la précédente campagne. Les cours sont en baisse de 4 % pour les blancs (96,33 €/hl), de 3 % pour les rouges (79,83 €/hl) et de 1 % pour les rosés (85,08 €/hl).

Marché Vin à Appellation d'Origine Contrôlée (AOC/AOP) : cumul à 12 mois de campagne 2024/25

Les données des transactions en vrac de vins AOC/AOP, communiquées par les organisations interprofessionnelles, montrent une hausse des volumes échangés (+ 43 %) couplée à une hausse des prix moyens (+1,5 %) toutes couleurs confondues, par rapport à la campagne précédente.

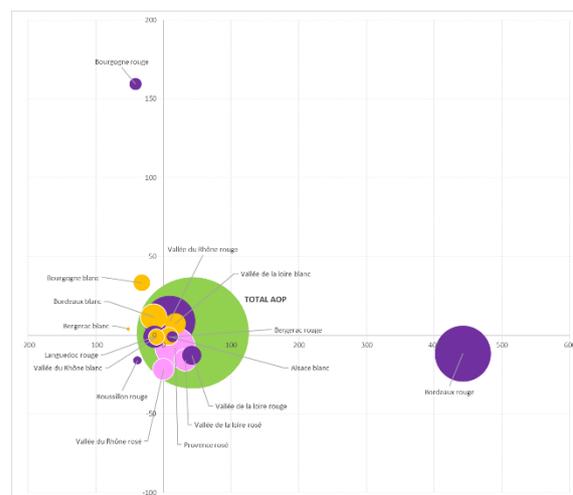
Dans le détail, le cours moyens des AOP blancs augmente (+ 8 %) avec une baisse des volumes (- 8 %). Celle-ci est portée par Bergerac, Bordeaux, la Vallée du Rhône et la Bourgogne.

Les cours des rosés sont en baisse pour la Vallée de la Loire, la Vallée du Rhône et la Provence. Tandis que les volumes de la Provence et de la

Vallée de la Loire augmentent et ceux de la Vallée du Rhône stagnent.

Le prix des rouges augmente de 15 %, majoritairement dû à la hausse des cours des vins de Bourgogne. Les volumes des AOP rouges augmentent également (+ 84 %).

Transactions vrac vin AOP à 12 mois de campagne 2024/25 (tous millésimes confondus)



Source : Contrats d'achat Interprofession - élaboration FranceAgriMer.

Sorties de chais des récoltants et négociants vinificateurs : 12 mois de campagne 2024/25

Selon les dernières informations communiquées par la Douane française, à fin juillet 2025, les sorties de chais des récoltants et négociants vinificateurs sont en baisse de 11 % par rapport à fin mars 2024.

Cette baisse est portée par l'ensemble des catégories, sauf les vins de France (+ 6 %).

Évolutions des sorties de chais des récoltants et négociants vinificateurs (juillet 2025 vs 2024)

	Sorties de chais (en milliers d'hl)		
	2023/24	2024/25	Var. en %
AOC/AOP	31271	26 487	-15%
IGP	13630	12 391	-9%
VDF (SIG)	6866	7295	+6%
TOTAL	51767	46173	-11%

Source : Sorties de chais, DGDDI

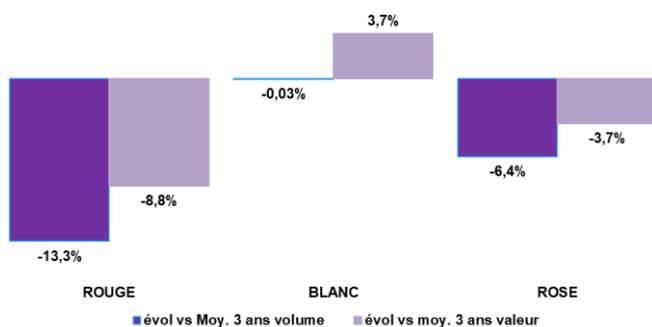
Ventes de vins tranquilles en grande distribution

Janvier - septembre 2025

Les ventes de vins tranquilles en grande distribution (HM + SM + E-commerce + Proxi) ont représenté 5,3 millions d'hectolitres, pour un chiffre d'affaires de 2,9 milliards d'euros durant la période qui va du 6 janvier au 14 septembre 2025. Les ventes sont en baisse de 3 % en volume par rapport à 2024 (-8 % par rapport à la moyenne 3 ans). La baisse est du même ordre de grandeur en valeur du fait du ralentissement de l'inflation -3 % vs 2024 mais -4 % vs moyenne 3 ans.

Par couleur au sein des vins tranquilles, tous les segments reculent en volume. Toutefois, le recul est nettement plus marqué pour le vin rouge (-13 % vs moyenne 3 ans), suivant une tendance amorcée depuis plusieurs années. La baisse est moins forte pour le rosé (-6 %) et le blanc (-0,3 %) qui réussit à augmenter en valeur (+4 %) par rapport à la moyenne 3 ans.

Évolution des ventes de vins tranquilles janvier-septembre 2025



Contour : HM+SM+E-commerce+Proxi

Source : Circana – élaboration FranceAgriMer

La majorité des segments reculent en volume. Cependant on trouve des exceptions au sein des vins blancs et rosés. En effet, les ventes d'IGP cépage et standard blancs sont en hausse (+4 % vs 2024 pour les IGP cépage et +10 % pour les IGP standard). De même les Vins de France blancs progressent nettement (+14 %). Fait remarquable, pour une couleur qui connaît globalement une diminution, les ventes de Vins de France rosés progressent (+1 %) de même que les AOP rosés (+4 %). À l'inverse les ventes d'AOP blanches (-2 %) et rouges (-6 %) sont en diminution. Les ventes d'IGP (toutes couleurs) reculent également en volume (-3 %) et en valeur (-2 %) par rapport à 2024. Les ventes en volume de Vins De France (SIG) après une campagne 2024 en baisse, retrouvent une croissance en volume (+2 % vs 2024).

Ventes de vins effervescents en grande distribution

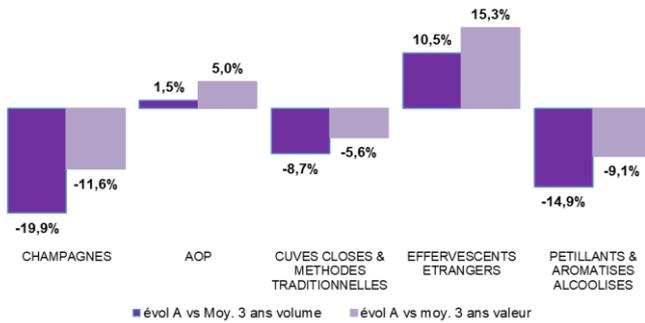
Janvier-septembre 2025

Durant la période de janvier à septembre 2025 (du 06/01/2025 au 14/09/2025), les ventes de vins effervescents en grande distribution (HM + SM + E-commerce + Proxi) ont représenté 103 millions de cols, pour un chiffre d'affaires 830 millions d'euros. Ces ventes sont stables en volume et correspondent à une diminution de 1 % en valeur par rapport à 2024. On constate effectivement une stabilité relative du prix moyen payé à 7,87 €/col.

Par catégorie, les évolutions sont très différentes : les ventes de Champagne accusent une très nette diminution en volume (-20 % vs moyenne 3 ans en volume et -12 % en valeur vs moyenne 3 ans et -3 % en volume et en valeur vs 2024). Cependant, les ventes de Champagne continuent de représenter 40 % des ventes en valeur (pour seulement 12 % des volumes). Les ventes de vins effervescents AOP qui étaient dynamiques ces dernières années stagnent depuis (stable par rapport à 2024 en volume et +2 % vs moyenne 3 ans). Les vins effervescents étrangers voient leur progression se confirmer (+7 % en volume vs 2024 et +11 % vs moyenne 3 ans) poussées notamment par les hausses de vente du Prosecco (+24 % en volume

par rapport à la moyenne trois ans et + 14 % par rapport à la même période en 2024). A l'inverse, les ventes de cuves closes sont toujours mal orientées (-9 % en volume vs moyenne 3 ans), ainsi que les vins pétillants et aromatisés (- 15 % en volume vs moyenne 3 ans).

Évolution des ventes de vins effervescents janvier – septembre 2025



Contour : HM+SM + E-commerce + Proxi

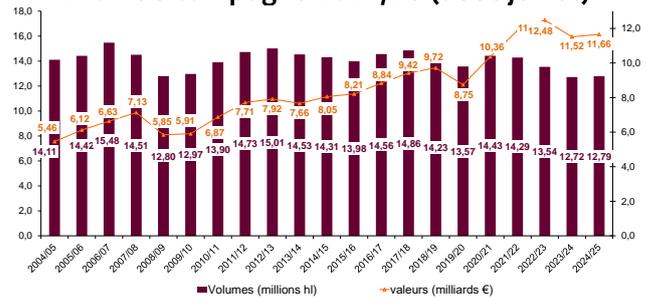
Source : Circana – élaboration FranceAgriMer

Commerce extérieur

Les exportations françaises de vins Bilan de la campagne 2024/25 (août - juillet)

Lors de cette campagne 2024/25, les exportations françaises de vin se stabilisent en volume (+1 % par rapport à la campagne précédente) comme en valeur (+ 1 %). Après une reprise des exportations vers des marchés d'importance à partir de l'été 2024, les marchés à l'export ont été fortement perturbés en fin d'année 2024 jusqu'à avril 2025. Si la constitution de stocks de précaution aux États-Unis face au risque de droits de douane a permis de gagner d'important volumes sur les mois de janvier et février 2025, leur application début avril a fait fortement retomber les volumes à destination du marché américain. Les exportations sont globalement restées erratiques durant cette campagne, principalement à cause du marché américain. Si certains marchés européens de taille moyenne semblent connaître une reprise importante en volume, les marchés asiatiques sont dans la globalités en repli. La valeur exportée atteint quant à elle 11,66 milliards d'euros. Le prix moyen s'établit ainsi à 9,12 €/l, en légère hausse par rapport à la campagne précédente, soit son deuxième niveau le plus haut de l'historique.

Les exportations françaises de vin Bilan de campagne 2024/25 (août-juillet)

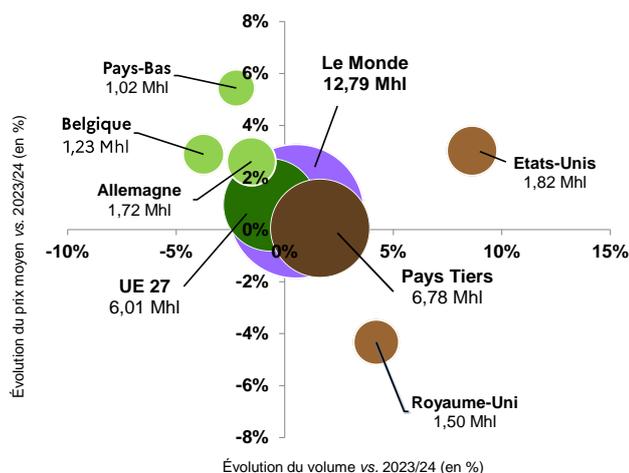


Source : Trade Data Monitor - Élaboration FranceAgriMer

Les exportations françaises par destination

Les exportations françaises de vins se stabilisent en volume après une baisse continue depuis le pic de la campagne 2020/21. Cette stabilisation est toutefois principalement liée à la surperformance du marché américain sur cette période. En effet, le marché américain a gagné près de 9 % en volume, principalement en raison de la constitution de stocks de précaution suite à l'élection de D. Trump en novembre 2024. Les autres principaux pays clients connaissent des situations hétérogènes en volume. L'Union européenne (-1%) est pénalisée par le ralentissement des trois plus gros débouchés à l'export pour les vins français dans cette zone, à savoir l'Allemagne, la Belgique et les Pays-Bas. Au contraire, de plus petits marchés européens connaissent des croissances importantes. Les Pays tiers hors États-Unis sont quant à eux pénalisés par les marchés asiatiques, plus spécifiquement la Chine et les plateformes de réexportations régionales (Hong Kong, Singapour). La valeur exportée est quant à elle en croissance dans de nombreux marchés d'importance, notamment grâce à un net renchérissement du prix moyen à l'export, tiré par le dynamisme des vins en bouteille. Ici encore, les marchés chinois et associés à ce dernier connaissent d'importantes baisses en matière de valeur par rapport à la campagne précédente.

Les exportations françaises de vin par destination Bilan de campagne 2024/25 (août-juillet)



Source : Trade Data Monitor Élaboration FranceAgriMer

Le Royaume-Uni connaît une dynamique soutenue lors de cette campagne en volume (+ 4 % par rapport à la campagne précédente). Malgré ce rebond important, les volumes exportés vers ce marché restent en dessous de leur moyenne à 5 ans (- 7 %). Le marché britannique est ainsi impacté depuis plusieurs années par le Brexit, la crise du Covid-19 ainsi que la forte inflation. Dans le même temps, la valeur exportée se stabilise, malgré un recul important pour les vins effervescents (- 4 %). Les deux principales catégories de vin exportées, les vins en bouteille et les vins effervescents, évoluent à la hausse en volume (respectivement + 5 % et + 2 % par rapport à la campagne précédente). Le Champagne, après avoir souffert d'importantes pertes ces dernières campagnes, perd toujours des volumes mais dans des proportions moins importantes (- 2 %). Dans le même temps, les Crémants et assimilés (vins effervescents AOP hors Champagne), tirent la croissance de la catégorie (+ 29 % en volume et + 27 % en valeur). Plus abordables, les vins effervescents AOP hors Champagne profitent de la demande en hausse pour les vins effervescents, et gagnent des parts de marchés. Lors de la campagne 2021/22, ils ne représentaient que 11 % des parts de marchés en volume parmi la catégorie des vins effervescents, contre près de 23 % pour la campagne 2024/25. Les volumes de gros vrac sont en baisse (- 4 %) après une période de fort dynamisme, mais restent toutefois la seule catégorie à être en croissance par rapport à sa moyenne 5 ans

(+ 6 %). Cette catégorie pèse toutefois peu par rapport aux effervescents et vins en bouteille. Le prix moyen à l'export est orienté nettement à la baisse (- 4 %), pénalisé par la recomposition de l'offre favorisant les effervescents plus abordable mais aussi par la baisse du prix des vins en bouteille (- 3 %). Les prix demeurent toutefois sur des niveaux élevés (9,78 €/l) en raison des catégories importées.

Les États-Unis, premier pays destinataire en volume et en valeur, connaissent une campagne influencée par les événements géopolitiques et monétaires. La fin de l'année 2024 a été marquée par la constitution de stocks de précaution suite à l'élection de D. Trump, afin d'anticiper l'application d'éventuels droits de douane sur le secteur. En avril 2025, le Président américain a annoncé l'application de droits additionnels de 20 % pour l'ensemble des produits européens, sans exemption pour le secteur des vins et spiritueux. Après une suspension temporaire des droits de douane de 20 % à 10 %, un accord a finalement été conclu au début du mois d'août 2025, fixant un taux plancher de 15 % pour l'essentiel des biens exportés vers le marché américain. Entre fin 2024 et juillet 2025, les volumes ont été globalement haussiers mais erratiques. Dans le détail, les vins en bouteille gagnent plus de 7 % contre près de 9 % pour les vins effervescents. Le Champagne est particulièrement dynamique (+ 17 %) et retrouve des niveaux comparables à ceux de la campagne 2022/23. Le secteur du vrac évolue de manière hétérogène, avec une forte percée du petit vrac (+ 125 %) qui dépasse lors de cette campagne le gros vrac (- 11 %), qui poursuit sa normalisation suite à la suspension des taxes Trump de 2019. Les prix moyens, déjà très élevés, progressent de 3 % par rapport à la campagne précédente, atteignant désormais 13,0 €/l. Cette progression n'est toutefois pas partagée par les vins en vrac, qui reculent assez fortement (- 5 %).

Les exportations françaises à destination du marché chinois sont toujours en très fort repli (- 35 % par rapport à la campagne 2023/24). Le marché chinois accélère sa tendance baissière débutée en 2017 et se retrouve désormais à la 10^e

place des pays clients. Les perturbations économiques, la baisse de la consommation et la crise immobilière continuent d'impacter le potentiel du marché chinois. L'ensemble des catégories de vin connaissent un repli à deux chiffres. Parmi les effervescents, le Champagne semble limiter ses pertes par rapport aux autres catégories (-9%). Le prix moyen à l'export poursuit sa forte progression (+14% à 9,2 €/l), confirmant la tendance de montée en gamme du marché chinois sur ces dernières années et la concentration des exportations vers des vins bien valorisés au détriment du vrac.

Enfin, les volumes à destination du Japon sont en hausse (+2%). Les vins en bouteille, principale catégorie exportée, sont en recul (-1%). Les vins effervescents tirent l'essentiel de la croissance sur ce marché (+10%), grâce aux exportations de Champagne très dynamiques (+22%) qui rattrapent en partie le décrochage de la campagne précédente. Le gros vrac, bien que largement minoritaire, progresse également à deux chiffres. La valeur exportée progresse nettement (+6%). Le prix moyen à l'export augmente quant à lui de plus de 4%, à des niveaux élevés (13,2 €/l), proche de leurs records de la campagne 2022/23.

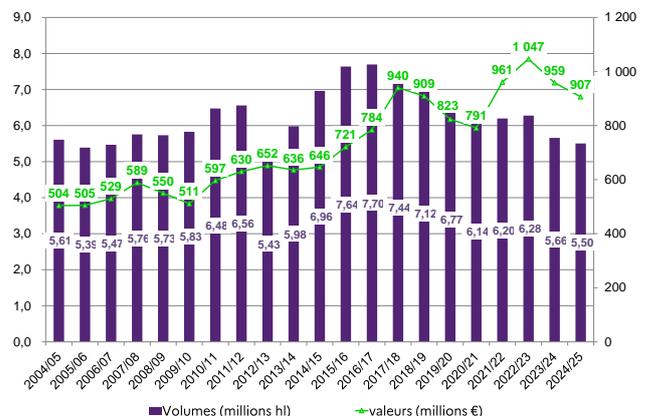
Les marchés européens sont globalement en légère baisse, mais connaissent des situations très hétérogènes. Si les grands marchés clients sont orientés à la baisse, des marchés de plus petite taille connaissent des croissances importantes. L'Allemagne, premier marché de l'UE 27 pour les exportations françaises de vin, recule de 2% en volume par rapport à la campagne précédente, poursuivant sa tendance baissière. Cette baisse semble toutefois ralentir. Les vins en bouteille, mieux valorisés, perdent 3% en volume, dans des proportions identiques que les pertes du gros vrac. Les vins effervescents sont quant à eux très dynamiques (+10%) et sont la seule catégorie en croissance sur cette campagne. Ils sont portés par les vins effervescents AOP hors Champagne (+18%) qui représentent désormais près de 52% de la catégorie. Le Champagne, après avoir connu d'importantes pertes lors des dernières campagnes, semble se stabiliser (+1%). L'Allemagne, après les nombreuses perturbations inflationnistes, semble encore

fortement perturbée et poursuit son repli. La hausse des prix permet toutefois une progression de la valeur exportée.

Les exportations à la destination de la Belgique baissent de 4% en volume, alors que la valeur perd 1%, principalement à cause des vins en bouteille. Ici encore, les vins effervescents se comportent bien que ce soit en volume (+8%) ou en valeur (+6%) Les exports vers les Pays-Bas sont toujours orientés à la baisse (-2%), mais cette baisse semble ralentir. Les vins en bouteille perdent plus de 2%, tandis que les vins effervescents évoluent encore une fois à contretendance (+12%). Cette situation en volume peut traduire une moins bonne santé de certains marchés asiatiques ou nordiques, principaux destinataires des réexportations faites à partir de ce pays.

Les importations françaises de vins Bilan de campagne 2024/25

Les importations françaises de vin Bilan de campagne 2024/25



Source : Trade Data Monitor Élaboration FranceAgriMer

Lors de ce début de campagne, les importations poursuivent leur décrochage que ce soit en volume mais surtout en valeur, dans un contexte de ralentissement de la demande intérieur et de fin de période inflationniste. Les volumes atteignent ainsi leur plus bas niveau depuis la campagne 2012/13. Les vins effervescents continuent de surperformer les autres catégories en volume.

Les volumes importés s'établissent ainsi à 5,50 millions d'hectolitres pour 907 millions d'euros. Le prix moyen à l'importation s'établit à

1,65 €/l, en baisse de 2 % par rapport à la campagne 2023/24.

Les importations françaises par catégorie

Les importations françaises de vins sont majoritairement constituées de vins en vrac, qui représente 76 % des volumes en ce début de campagne. Cette part est en baisse par rapport à la campagne précédente.

La France a toujours des difficultés à satisfaire la demande en vin sans indication géographique (SIG), à la fois sur son propre marché, mais aussi sur ses marchés d'exportation, par manque de disponibilités de vins d'entrée de gamme. La majeure partie des volumes importés correspond donc à des vins en vrac SIG de l'UE, sans mention de cépage.

Les importations françaises par provenance

Malgré un net recul en volume (- 3 %), l'Espagne reste de loin le premier fournisseur pour le

marché français, avec 65 % de PDM en volume. Les volumes de gros vrac en provenance d'Espagne baissent de 3 % par rapport à la campagne précédente, tandis que les bouteilles accusent une forte baisse (-13 %). Parmi les importations en valeur, le poids de l'Espagne est beaucoup plus modéré que pour les volumes, avec 26 % de part de marché, en raison du segment importé (vins SIG en vrac à prix bas).

Les volumes en provenance d'Italie baissent d'environ 2 %, principalement à cause des fortes baisses des vins en vrac (- 5 %) et en bouteilles (- 7 %). Les vins effervescents sont pour la deuxième campagne consécutive les principaux vins importés en volume grâce à leur dynamisme (+ 5 %), atteignant près de 41 % de parts de marché. Le Prosecco continue sa progression mais dans des proportions moins importantes que pour les précédentes campagnes (+ 4 %), soutenu par une forte demande sur le marché national.

Directeur de la publication : Martin Gutton / Rédaction : direction Marchés, études et prospective

12 rue Henri Rol-Tanguy - TSA 20002 / 93555 MONTREUIL Cedex
Tél. : 01 73 30 30 00 ■ www.franceagrimer.fr

FranceAgriMer